

Objektifikasi dan Konstruksi Cantik pada Tubuh Perempuan dalam Akun Instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis

Anggian Lasmarito Pasaribu^{1*}, Alila Pramiyanti²

^{1,2}Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

*Email: anggianlp@telkomuniversity.ac.id

Diterima : 11 Maret 2023

Disetujui : 09 Juli 2023

Diterbitkan : 01 September 2023

Abstrak

Budaya patriarki yang masih saja terus dipelihara menjadikan perempuan berada pada kondisi yang bergantung pada penilaian orang lain ketika mencoba untuk melihat dan mengukur diri mereka mengenai masalah tubuh. Hal ini tergambar pada akun @ugmcantik dan @unpad.geulis. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menganalisis tubuh perempuan dikonstruksi dan diobjektifikasi melalui kedua akun universitas cantik tersebut dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode penelitian Analisis Wacana Kritis Sara Mills. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengamati unggahan foto yang ada di akun @ugmcantik dan @unpad.geulis kemudian juga menganalisis komentar yang mendominasi di unggahan foto dan mengkategorikannya apakah komentar tersebut masuk ke dalam bentuk objektifikasi atau konstruksi terhadap tubuh perempuan. Hasil temuan dari penelitian ini adalah dari foto dan komentar yang ada pada kedua akun tersebut praktik objektifikasi dan konstruksi pada tubuh perempuan masih dilanggengkan serta perempuan masih didominasi dan dianggap sebagai objek pasif.

Kata Kunci: tubuh, perempuan, objektifikasi, konstruksi, instagram

Abstract

The patriarchal culture that is still being maintained has made women dependent on the judgments of others when trying to see and measure themselves regarding body issues. This is reflected in the accounts @ugmcantik and @unpad.geulis. This article attempts to examine how women's bodies are constructed and objectified through these two beautiful university accounts using a descriptive qualitative approach and Sara Mills' Critical Discourse Analysis research method. The data collection technique in this study was by observing the photos posted on @ugmcantik and @unpad.geulis accounts and analyzing the dominating comments on these photos, categorizing them into objectification or construction of women's bodies. The findings of this study indicate that objectification and construction practices on women's bodies are still perpetuated through the photos and comments on both accounts, and women are still dominated and seen as passive objects.

Keywords: Body, Women, Objectification, Construction, Instagram.




PENDAHULUAN

Perempuan sejak dahulu masih sering dijadikan sebagai objek pemuas laki-laki dan dipenjarakan baik dari segi kecantikan maupun standar tubuh ideal yang sudah dikonstruksi, di masa kini khususnya di dalam media yang juga mengonstruksi perempuan dan pada akhirnya juga terpelihara di tengah-tengah masyarakat (Wolf, 2004). Kemunculan akun-akun mahasiswa cantik yang beredar merupakan salah satu contoh dari bukti bahwa perempuan dibentuk dan dipelihara pengaturan tubuhnya dengan dikonstruksikan melalui media termasuk media sosial. Akun mahasiswa cantik merupakan akun di media sosial Instagram yang postingannya berisikan foto-foto mahasiswa kampus tertentu yang dianggap memiliki paras

atau fisik indah. Postingan akun tersebut biasanya hanya mengunggah perempuan dengan standar kecantikan tertentu seperti putih, berambut panjang, kurus, berwajah mulus dan lain-lain sehingga membentuk tipikal tersendiri bagi mahasiswi yang fotonya bisa diunggah ke akun mahasiswi cantik.

Di Indonesia sendiri, fenomena akun mahasiswi cantik marak ditemui di media sosial Instagram. Terdapat beberapa contoh akun media sosial Instagram mengatasnamakan kampus-kampus berbeda yang kerap mengunggah foto-foto perempuan, akun-akun mahasiswi cantik di Indonesia. Berikut ini adalah akun universitas cantik yang sejauh pengamatan peneliti dengan jumlah pengikut terbanyak:

Tabel 1. Empat akun universitas cantik di Indonesia dengan jumlah pengikut terbanyak

No.	Nama Akun	Capture Akun	Jumlah Pengikut	Tahun Akun Dibuat
1	@uicantikid		295.000	2017
2	@ugmcantik		221.000	2014
3	@unpad.geulis		141.000	2014

4	@undip.cantik		126.000	2015
---	---------------	---	---------	------

Dari keempat akun tersebut, peneliti memilih untuk meneliti dan menganalisis akun @ugmcantik dan @unpad.geulis karena akun @ugmcantik dan @unpad.geulis merupakan akun yang termasuk ke dalam tiga besar dengan jumlah pengikut terbanyak, meskipun di peringkat pertama ada @uicantikid dengan jumlah pengikut terbanyak namun akun ini tidak peneliti pilih karena bersifat *private* atau tidak dibuka secara publik. Artinya pengguna sosial media perlu mengikuti akun tersebut dulu, jika sudah diterima baru bisa melihat konten yang diunggah di akun tersebut, sedangkan @ugmcantik dan @unpad.geulis tidak mengunci profil Instagram mereka sehingga foto-foto perempuan yang diunggah dapat diakses oleh siapapun tanpa terkecuali serta tidak terbatas hanya pada para pengikut akun saja. Foto yang diunggah di akun mahasiswi cantik merupakan hasil dari rekomendasi seseorang seperti teman kepada pihak admin hingga pada akhirnya berhasil mengumpulkan ratusan ribu pengikut, akun @ugmcantik dengan 211.000 pengikut dan @unpad.geulis memiliki lebih dari 141.000 pengikut. Para mahasiswi yang fotonya diunggah pada akun tersebut menerima beragam komentar mulai dari pujian cantik terhadap penampilan fisik mereka.

Mengacu pada KBBI, cantik diartikan sebagai elok; molek (tentang wajah, muka perempuan); indah dalam bentuk dan buaatannya. Teori *Beauty Myth* karya Naomi Wolf dalam (Karolus, 2016) menyebutkan bahwa mitos kecantikan ini pertama kali dihadapi oleh perempuan-perempuan di Amerika, dimana mereka harus memiliki tubuh tinggi, langsing, putih dan berambut pirang untuk bisa dikatakan sebagai perempuan cantik, kulit wajah mereka juga tidak boleh ada cacat sedikitpun dan lingkaran pinggang juga harus berukuran kecil. Harus diakui, mitos kecantikan ini pada akhirnya membuat para perempuan menjadi terpenjara dalam ketidakpuasan tubuhnya. Perempuan akan selalu merasa kurang ketika mereka tidak bisa mencapai tubuh sesuai standar yang diciptakan oleh media. Lebih dalam disampaikan oleh (Monteiro, 2018) bahwa konstruksi cantik ini pada akhirnya akan menjadikan perempuan tidak memiliki otoritas atas tubuhnya sendiri.

Selain mendapatkan komentar-komentar pujian cantik atau berkaitan dengan fisik, tak jarang perempuan pada akun mahasiswi cantik juga menerima komentar berbau seksis dari laki-laki yang membuat mereka terlihat sebagai objek untuk hasrat laki-laki. Dijelaskan dalam teori *Male Gaze* (Mulvey, 1989) bahwa media khususnya adalah film memberikan beberapa kepuasan, salah satunya adalah kepuasan dalam pandangan atau disebut juga dengan *scopophilia*. Kepuasan dalam memandang ini dibagi oleh Mulvey menjadi dua, yaitu laki-laki sebagai pihak yang aktif sedangkan perempuan sebagai pihak yang pasif. Jumlah pengikut

yang dimiliki oleh akun mahasiswi cantik juga merupakan angka yang terhitung sangat tinggi dan mampu menjangkau banyak pihak mulai dari mahasiswa dalam kampus, luar kampus, alumni hingga masyarakat umum sehingga dengan jumlah ratusan ribu audiens yang dimiliki akun-akun mahasiswi cantik juga kerap membuka *paid promote* atau promosi berbayar dengan mematok tarif tertentu untuk setiap postingan iklan di akun mereka. Hadirnya akun mahasiswi cantik bukan saja mengontruksi perempuan terhadap standar kecantikan tertentu dan menjadikan perempuan sebagai alat pemuas laki-laki mengingat komentar pada setiap postingan juga didominasi oleh laki-laki namun menjadi bukti bahwa perempuan juga dimanfaatkan untuk kepentingan komersil suatu pihak.

Praktik objektifikasi dan konstruksi cantik pada tubuh perempuan ini sebenarnya bukan lagi hal yang baru. Perempuan di masa lampau sudah sering dikonstruksikan serta diobjektifikasi melalui film, majalah, iklan dan lain-lain sebagaimana yang diungkapkan oleh (Hermawan & Hamzah, 2017) bahwa para ahli feminis telah mengkritisi iklan serta teks populer lainnya yang kerap menggambarkan perempuan yang muda, langsing dan mereka memberikan pendapat mengenai iklan yang telah memperkuat dan melazimkan seksualisasi dan objektifikasi perempuan. Melalui media, fantasi seksual laki-laki dipuaskan dengan penggambaran perempuan yang sering berada dalam situasi rentan dan mudah dilumpuhkan serta diminta untuk tampil telanjang atau semi telanjang. Tidak bisa kita pungkiri, tayangan-tayangan yang disuguhkan media kepada publik ini tidak lepas dari bagaimana cara mata laki-laki memandang. Bagi perempuan yang ingin merasakan nikmatnya tayangan di media maka dia harus memosisikan dirinya sebagai seorang laki-laki. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi kini media sosial juga menambah catatan panjang kisah perempuan yang menjadi korban pengontruksian dan objektifikasi. Media sosial yang di era saat ini sangat dekat dengan kehidupan masyarakat memberikan keleluasaan bagi setiap orang untuk memiliki kebebasan dalam menunjukkan siapa mereka, komentar mereka terhadap suatu isu. Peneliti meminjam definisi media sosial yang disampaikan oleh Murphy, Hill dan Dean dalam (Murphy et al., 2014) yang menyatakan bahwa media sosial adalah kumpulan situs web dan sistem berbasis web yang memungkinkan interaksi massa, percakapan dan berbagi segala macam informasi di antara anggota jaringan. Lebih dalam lagi dikatakan bahwa *platform* media sosial telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, sehingga jumlah pengguna media sosial di seluruh belahan dunia juga meningkat dengan begitu pesat. Pada intinya media sosial ini semakin memudahkan kebebasan setiap orang, selain itu komunikasi interaktif juga menjadi pemicu lebih banyak orang ikut mengatur bagaimana tubuh perempuan ditampilkan.

Dengan melihat fenomena tersebut, peneliti memahami bahwa media turut mengambil peran dalam menentukan perempuan seperti apa yang bisa dikatakan cantik dan tidak cantik serta perkembangan teknologi yang menimbulkan pergeseran media dimana menghadirkan inovasi baru seperti media sosial semakin turut meramalkan bukti perempuan sebagai korban konstruksi kecantikan juga objektifikasi. Merujuk pada kamus Merriam-Webster (2023) objektifikasi adalah kata yang digunakan untuk menjelaskan seseorang sebagai objek sementara konstruksi merupakan tindakan atau hasil dalam menafsirkan, mengintrepetasi atau menjelaskan sesuatu. (Syifa, 2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa objektifikasi

perempuan melibatkan sebuah konstruksi dimana perempuan merupakan makhluk inferior dan melalui pemikiran tersebut objektifikasi perempuan mengandung bias, “benda”, “bukan sesama manusia” serta “hal yang dijadikan sebagai objek”. Selain itu, konstruksi cantik adalah makna cantik yang tercipta melalui kebudayaan yang ada di dalam masyarakat. Menurut Berger (Christianti, 2013) teori konstruksi sosial menjelaskan bahwa masyarakat adalah produk masyarakatnya.

Jika membahas mengenai konstruksi yang seringkali menempatkan perempuan pada posisi yang tidak menguntungkan, maka masih erat kaitannya dengan posisi gender. Tong dalam (An Nur et al., 2020) menyatakan bahwa gender adalah terpisah dari jenis kelamin dan masyarakat patriarkal menggunakan peran gender ini untuk memastikan bahwa perempuan tetap menjadi pasif dan laki-laki menjadi aktif. Budaya yang berbeda antara satu dengan yang lain dipengaruhi juga oleh peraturan-peraturan yang berbeda untuk memisahkan feminitas dan maskulinitas. (Sutisna et al., 2022) juga menjelaskan gender sebagai sesuatu yang dikonstruksi yang membuat orang memercayai bahwa laki-laki dan perempuan memang berbeda dalam banyak hal dan hal tersebut merupakan bukti kuat bahwa gender adalah sesuatu yang berasal dari konstruksi sosial, yang diantaranya bisa dilihat dari berubahnya aturan-aturan sosial dari waktu ke waktu dan pada budaya tertentu. Penciptaan gender ini pada akhirnya menjadikan posisi satu pihak cenderung lebih mendominasi dan lebih bisa mengatur posisi pihak lainnya yang dalam hal ini adalah antara laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan pemaparan tersebut fenomena objektifikasi perempuan serta adanya pengukuhan konstruksi cantik dapat ditemukan di kehidupan sehari-hari melalui media sosial peneliti ingin menganalisis bagaimana tubuh perempuan dikonstruksi dan diobjektifikasi melalui kedua akun mahasiswi cantik @ugmcantik dan @unpad.geulis sehingga dalam mengupas permasalahan tersebut di dalam penelitian ini digunakan metode Kualitatif dengan analisis wacana kritis Sara Mills sebagai teknik analisis data. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara mengamati teks yang berbentuk dalam komentar pada postingan foto akun mahasiswi cantik @ugmcantik dan @unpad.geulis sehingga didapatkan tujuan dari penelitian yaitu mengetahui bentuk objektifikasi serta konstruksi cantik terhadap perempuan dalam akun mahasiswi cantik @ugmcantik dan @unpad.geulis.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan tipe deskriptif dan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Sara Mills. Analisis Wacana Kritis sendiri berkaitan dengan studi dan analisis teks serta ucapan untuk bisa menunjukkan sumber diskursif yaitu terkait dengan kekuatan, kekuasaan, ketidaksetaraan, ketidakadilan dan prasangka. Penggunaan metode ini karena yang ingin penulis lihat bukan hanya sekedar aspek kebahasaan saja, melainkan lebih dari itu yakni lebih kepada Bahasa yang terdapat di dalam unggahan di akun universitas cantik (@ugmcantik & @unpad.geulis) yaitu pada komentar yang memenuhi unggahan kedua akun tersebut, untuk tujuan dan praktik tertentu termasuk di dalamnya adalah praktik kekuasaan terkait dengan konstruksi cantik dan objektifikasi tubuh perempuan di dalam media sosial Instagram. Lebih fokusnya lagi penelitian ini nantinya akan

menggunakan Analisis Wacana Kritis Sara Mills. Selama ini Mills melihat bahwa wanita selalu dimarginalkan di dalam teks dan selalu berada dalam posisi yang salah. Hal serupa juga dijelaskan di dalam (Eriyanto, 2001) bahwa wanita cenderung ditampilkan di dalam media sebagai pihak yang salah, artinya perempuan selalu diletakan lebih marginal daripada laki-laki. Ketidakadilan dan penggambaran yang buruk mengenai perempuan inilah yang menjadi sasaran utama dari Mills. Maka dari itu, titik perhatian dari analisis wacana Mills adalah untuk menunjukkan bagaimana perempuan digambarkan dan dimarginalkan serta bagaimana bentuk dan pola pemarkinalan itu dilakukan oleh media. Maka dari itu tentu saja melibatkan sebuah strategi wacana tertentu sehingga ketika ditampilkan di dalam media, perempuan tergambar secara buruk (Eriyanto, 2001).

Terdapat dua posisi dalam Analisis Wacana Kritis Sara Mills yaitu *subject-object position* yang fokus pada level kata dan kalimat serta *readers position* yang fokus pada level wacana. Penelitian ini sendiri terbatas hanya pada *subject-object position* saja, karena penulis ingin berfokus pada proses praktik objektifikasi dan konstruksi terhadap tubuh perempuan yang terjadi di akun @ugmcantik dan @unpad.geulis. Posisi subjek-objek ini jelasnya adalah Mills secara kritis melihat di dalam teks siapa yang menjadi subjek dan siapa yang menjadi objek. Maka melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis Sara Mills khususnya pada bagian posisi subjek-objek, harapannya adalah mampu membantu menganalisa proses objektifikasi dan konstruksi yang terjadi pada tubuh perempuan di akun @ugmcantik dan @unpad.geulis melalui analisis teks dan kalimatnya yaitu khususnya dilihat dari komentar yang memenuhi setiap postingan di kedua akun tersebut. Komentar dipilih untuk dianalisis karena penulis menemukan praktik konstruksi dan objektifikasi pada tubuh perempuan di kedua akun universitas cantik ini justru terjadi melalui percakapan para pengikut di kolom komentar.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan melakukan observasi pada kedua akun yang telah dipilih, peneliti memerhatikan ciri-ciri foto mahasiswi yang dipilih untuk diposting untuk bisa melihat bagaimana admin masing-masing akun memilih dan mengkategorikan perempuan yang mereka anggap cantik dan layak untuk diposting oleh akun tersebut, penulis juga memerhatikan setiap komentar yang terdapat pada postingan tersebut dan mengkategorikan komentar-komentar sejenis. Setelah melakukan observasi, penulis menemukan ada enam komentar yang paling banyak memenuhi setiap postingan di kedua akun yaitu komentar objektifikasi pada tubuh perempuan, pemberian label tertentu pada tubuh perempuan, komentar yang mengarah pada pelecehan terhadap perempuan, konstruksi cantik pada perempuan, dukungan pada praktik konstruksi cantik serta komentar yang mendiskriminasi kelompok perempuan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil temuan pada penelitian ini, setelah melakukan observasi peneliti menemukan dan memilih beberapa komentar yang ada di tiap-tiap unggahan foto yang mana komentar tersebut merujuk pada bentuk objektifikasi dan konstruksi pada tubuh perempuan berdasarkan teori Objektifikasi oleh Laura Mulvey dan teori *Beauty Myth* oleh Naomi Wolf untuk dianalisis. Seperti yang sudah peneliti jelaskan di bagian metodologi penelitian, bahwa komentar-komentar ini peneliti kumpulkan ke dalam enam kategori untuk memudahkan

melakukan analisis dan agar bisa terlihat dengan jelas analisis mengenai bentuk praktik yang terjadi di kedua akun tersebut.

Tabel 2. Hasil Temuan Penelitian

No	Tipe Komentar	Nama Akun	Capture Komentar
1.	Objektifikasi pada tubuh perempuan	@unpad.geulis	<p>██████████ bidadari inimah cok 47 ming Balas</p> <p>██████████ masha Allah barbie 47 ming Balas</p> <p>██████████ buset spek disney 48 ming Balas</p> <p>██████████ anjir ini mah barbie 48 ming Balas Lihat terjemahan</p> <p>██████████ Spek khayangan 48 ming Balas</p> <p>██████████ Blasteran surga 48 ming 3 suka Balas</p> <p>██████████ malaikat apa gimana ya ini buset 48w 1 like See translation</p> <p>██████████ Ini boneka ga si 48w See translation</p> <p>██████████ mbaa buset manusia apa manusia 47w 1 like</p>
		@ugmcantik	<p>██████████ Subhanallahuallahuakbar princess nya sleman 🥰 25 ming 2 suka Balas Lihat terjemahan</p> <p>██████████ Wahh ada harta Karun tersembunyi di filsafat ternyata. Langka ini. Biasanya yang bening begini anak FK, atau fakultas sebelah kayak FEB, Fisipol, Hukum, Psikologi wkwkw 25 ming 14 suka Balas</p> <p>██████████ pantesan bidadari disurga kurang satu, ternyata lagi disini ❤️ 42 ming 1 suka Balas</p> <p>██████████ Bidadari Cong ██████████ 76w Reply</p> <p>██████████ Wuiiiii princess fkt 🥰 🥰🥰🥰 ██████████ 76w Reply</p> <p>██████████ bidadari beneran 🥰 ██████████ 76w 2 likes Reply See translation</p>

			<p>██████████ Bidadari fkt nih...</p> <p>██████████</p> <p>16w · 3 likes · Reply · See translation</p> <p>██████████ Muka ibukota.</p> <p>57w · 1 like · Reply</p> <p>██████████ duh senyumannya mengalihkan duniaku :)</p> <p>57w · Reply · See translation</p> <p>██████████ Kelek e luwih mulus ketimbang raimu lur</p> <p>53w · 2 likes · Reply · See translation</p>
2.	Memberi label tertentu pada perempuan	@unpad.geulis	<p>██████████ Yang begini kalo makan cilor sakit perut ga ya</p> <p>79 ming · Balas</p> <p>██████████ nih dapetinnnya minimal juara dunia</p> <p>75 ming · 45 suka · Balas</p> <p>██████████ Kalo yang begini nuntut gaji sebulan 50 juta sangat sangat wajar</p> <p>14 ming · 6 suka · Balas</p> <p>██████████ Minimal yang deketin harus udah juara nasional 😊</p> <p>75w · See translation</p> <p>██████████ Min kenapa produk UNPAD ga ada yang gagal ekekkek</p> <p>13w · 14 likes · See translation</p> <p>Hide replies</p> <p>██████████</p> <p>██████████ mi kan udh di seleksi juga lg, masa iya semua masuk 😊</p> <p>73w · 7 likes · See translation</p> <p>██████████ Minimal CR-V turbo</p> <p>70w · 2 likes</p>
		@ugmcantik	<p>██████████ Model seperti ini kamu ajak ke samis asih mau gak sama ajak motoran pake honda astrea</p> <p>██████████</p> <p>76 ming · Balas</p> <p>██████████ Pasti mahal</p> <p>76 ming · Balas</p> <p>██████████ Tolong yang motornya supra x, vega r, jupiter z, supra fit, revo. Mundur bareng2 gan.</p> <p>76 ming · 126 suka · Balas</p> <p>██████████ Waduhhh, modelan gini sarapannya pake nasi uduk sebelah Alfamart ga ya?</p> <p>76 ming · Balas</p> <p>██████████ mbaknya mau makan di nasgor mandiri gak ya 😊</p> <p>76w · 3 likes · Reply</p>

3.	Komentar yang mengarah pada pelecehan terhadap perempuan	@unpad.geulis	<p>██████████ jadi pengen bercocok tanam 78 ming 1 suka Balas</p> <p>██████████ Pink ga ? 75 ming 1 suka Balas</p> <p>██████████ gurihhh ini mah 69 ming Balas</p> <p>██████████ Cocok untuk memperbaiki keturunan ku kelak nih 47 ming Balas</p> <p>██████████ ish mantap bgt ██████████ 44w 1 like See translation</p>
		@ugmcantik	<p>██████████ Berapa? 72 ming Balas</p> <p>██████████ Kayak ga pake bh bund wkwk 66 ming 1 suka Balas</p> <p>██████████ Kating memang menggoda ██████████ 66 ming Balas</p> <p>██████████ ██████████ sikatt yus hukum i 66 ming Balas</p> <p>██████████ Busanya ga nguatin 76w Reply</p>
4.	Komentar yang mengarah ke konstruksi cantik	@unpad.geulis	<p>██████████ buset beningg 78 ming Balas</p> <p>██████████ as always yg putih pasti cantik 39w</p> <p>██████████ short hair+ glasses = complete 68w 5 likes</p> <p>██████████ Si teteh berbaju putih, cantik putih wangi dan bersih 71w See translation</p>

		@ugmcantik	<p>██████████ Bening</p> <p>25 ming Balas</p> <p>██████████ Woy maba apaan ini terang benderang bgini</p> <p>47w 2 likes Reply See translation</p>
5.	Komentar yang mendukung praktik konstruksi cantik	@unpad.geulis	<p>██████████ BESTIE GEULISKU!!</p> <p>██████████</p> <p>79w 1 like ...</p> <p>██████████ Akhirnya sobat guee</p> <p>██████████</p> <p>79w 1 like See translation</p> <p>██████████ AVV CAKEP BGT BESTIE</p> <p>██████████</p> <p>78 ming 2 suka Balas</p> <p>██████████ Aduh bestie</p> <p>██████████ 🤔</p>
		@ugmcantik	<p>██████████ cantik bagett 😊</p> <p>53w Reply</p> <p>██████████ CANTIKKK BGTTTT 😊</p> <p>😊</p> <p>53w Reply</p> <p>██████████ GIPAAA cakep banget kak 🥰🥰🥰🥰</p> <p>42w 11 likes Reply See translation</p> <p>██████████ ini mah ga cuma cowo2 yg ngincer, yg cewe2 jg klepek2 liatnya</p> <p>42w 65 likes Reply See translation</p>
6.	Komentar yang merendahkan perempuan	@unpad.geulis	<p>██████████ Astaga kok bisa ya ?</p> <p>39w 1 like See translation</p> <p>██████████ macem gada unpad cantik yg lain aja</p> <p>75 ming Balas</p>
		@ugmcantik	<p>██████████ B aja</p> <p>66 ming 1 suka Balas</p> <p>██████████ Pawang buaya pasti nih</p> <p>76w Reply</p>

			 apakah ini badarabui? 57w Reply See translation
--	--	--	---

1. Tubuh Perempuan dan Kenikmatan Pandangan Laki-Laki

Objektifikasi pada perempuan semakin terasa ketika pada akhirnya perempuan dituntut untuk cantik terutama oleh lawan jenisnya yakni laki-laki. Dijadikan sebagai objek bagi mata laki-laki sehingga mereka dituntut untuk harus selalu tampil ‘seindah’ mungkin agar selalu bisa menyenangkan pandangan laki-laki. Seperti teori pandangan lelaki atau yang biasa kita kenal dengan *male gaze* milik Laura Mulvey, secara tegas berbicara tentang bagaimana perempuan ditampilkan di dalam media hanyalah sebagai sebuah objek yang keberadaannya bertujuan untuk menyenangkan mata laki-laki. Berangkat dari pemikiran Freud mengenai scopophilia yakni kesenangan untuk melihat, Mulvey akhirnya meyakini bahwa di dalam media laki-laki akan selalu mencoba mencari cara untuk bisa memuaskan pandangan mereka melalui karya yang akan diproduksi, dan perempuan dianggap mampu memenuhi hal tersebut (Smelik, 2016)

Praktik objektifikasi pada tubuh perempuan ini juga muncul di akun @ugmcantik dan @unpad.geulis. Pada bagian ini peneliti melihat bagaimana tubuh perempuan khususnya yang diunggah melalui akun-akun universitas cantik yaitu pada akun instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis dianggap tidak lebih hanya sebagai sebuah objek semata. Beberapa contoh komentar yang mengarah pada pujian cantik kepada foto perempuan yang ada di akun universitas cantik adalah

“Malaikat apa gimana ya ini buset”

“Blasteran surga”

“Spek khayangan”

“Ini boneka ga si”

“masha Allah barbie”

Menyamakan perempuan dengan hal-hal tertentu yang dianggap indah seperti boneka, barbie dan lain sebagainya menunjukkan bagaimana masyarakat terus meyakini bahwa perempuan tidak lebih dari sekedar objek visual semata bukan sebagai seorang individu yang memiliki kepribadian, emosi serta pemikiran yang kompleks. Perempuan dianggap sebagai sosok yang tidak memiliki hal berharga lainnya selain kecantikan fisik. Pelabelan perempuan seperti sebuah benda mati hanya semakin menjadikan perempuan sebagai objek yang pasif. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh (Fredrickson & Roberts, 1997) bahwa objektifikasi yang dilakukan pada tubuh perempuan ini pada akhirnya akan melanggengkan kepercayaan bahwa tubuh mereka bukanlah sepenuhnya milik mereka dan merupakan kepemilikan beberapa laki-laki dan parahnya dampak dari objektifikasi pada tubuh perempuan ini adalah membuat para perempuan justru mengobjektifikasi diri mereka sendiri yang membuat mereka ingin dilihat dan dinilai berdasarkan penampilan dan bagaimana tubuh mereka ditunjukkan. Menganggap perempuan sebagai sebuah objek pasif pada akhirnya dapat mengarah pada diskriminasi gender dan kekerasan terhadap perempuan.

2. Memberi Label pada Tubuh Perempuan

Praktik objektifikasi yang memenuhi kolom komentar di kedua akun tidak berhenti sampai dengan menyamakan tubuh perempuan dengan hal-hal tertentu saja. Lebih dari itu, penulis menemukan ada cukup banyak komentar yang mengarah pada pemberian label terhadap tubuh perempuan. Contoh beberapa komentar tersebut adalah

“susah nih dapetinnya minimal juara dunia”

“Kalo yang begini nuntut gaji sebulan 50 juta sangat wajarr”

“Pasti mahal”

“Tolong yang motornya supra x, vega r, jupiter z, supra fit, revo. Mundur bareng2 gan.”

“Waduhhh, modelan gini sarapannya pake nasi uduk sebelah Alfamart gak ya?”

Tipe komentar seperti di atas cukup banyak ditemukan di kolom komentar setiap unggahan yang ada dan berdasarkan penelusuran penulis rata-rata yang memberikan komentar demikian adalah laki-laki. Komentar-komentar tersebut menunjukkan terjadi proses pemberian label tertentu pada tubuh perempuan. Pelabelan tersebut seolah berasumsi bahwa perempuan dengan tipe atau standar cantik yang mereka percayai pasti memiliki gaya hidup yang tinggi serta penuh dengan kemewahan. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan (Wolf, 2004) yakni mengenai wajah perempuan yang bukan hanya berkaitan dengan penampilan semata, namun juga tidak bisa dilepaskan dari simbol perilaku serta sikap dari perempuan tersebut.

Komentar *“Kalo yang begini nuntut gaji sebulan 50 juta sangat wajarr”* misalnya, komentar ini menunjukkan pelabelan yang sebenarnya bermakna negatif bagi perempuan. Pelabelan semacam ini tentu saja tidak etis, menjadikan tampilan fisik perempuan sebagai satu-satunya nilai keberhasilan dan tentu saja hal ini membuat pandangan terhadap perempuan menjadi sempit. Hanya perempuan dengan tampilan fisik yang sesuai standar cantik mereka saja yang dianggap pantas untuk mendapatkan suatu harga tertentu. Lebih dari itu, hal menjadi bentuk dukungan pada tindak diskriminasi pada perempuan berdasarkan penampilan fisik serta memberikan tekanan sosial yang tidak sehat bagi perempuan untuk bisa terus memenuhi standar cantik yang tidak realistis dan merendahkan perempuan yang dianggap tidak memenuhi kriteria cantik yang diciptakan oleh sosial. Seperti yang dijelaskan di dalam (Saraswati, 2017) bahwa orang-orang selalu menganggap orang yang berkulit hitam dan gelap ada di posisi rendah dan dianggap kotor serta menakutkan. Sedangkan orang yang berkulit putih dilihat sebagai orang yang memiliki status sosial yang tinggi dan dianggap lebih berharga. Maka tentu saja ini menimbulkan kerugian bagi perempuan yang tidak sesuai standar cantik mereka, karena dianggap memiliki harga yang lebih ‘murah’ atau dianggap tidak pantas dengan harga yang tinggi.

Kemudian komentar lainnya ada *“Pasti mahal”* dipahami sebagai sebuah stereotip dan objektifikasi yang menciptakan sebuah penilaian bahwa diri seorang perempuan bisa diberi harga tertentu. Nilai diri seorang perempuan seolah hanya dinilai dari penampilan fisiknya saja. Pelabelan seperti ini juga tentu saja sangat berpotensi merendahkan martabat seorang perempuan, sebab mereka dilihat sebagai sebuah objek dan komoditas seksual yang dapat diberi harga hanya berdasarkan tampilan fisik saja. Maka dari itu, bentuk pelabelan pada tubuh

perempuan yang banyak ditemui di komentar unggahan kedua akun ini tentu saja merugikan perempuan, sebab komentar tersebut semakin melanggengkan penilaian diri perempuan hanya berdasarkan fisik saja dan mengesampingkan kualitas, keterampilan dan prestasi lainnya.

3. Pelecehan pada Tubuh Perempuan

Sebagai media yang memamerkan beragam foto perempuan di dalamnya tentu menjadikan @unpad.geulis dan @ugmcantik tidak lepas dari praktik pelecehan. Foto perempuan dengan berbagai macam gaya diunggah di kedua akun dan membuatnya menjadi seperti sebuah majalah dan perempuan adalah objek visualnya. Dijelaskan oleh Kathleen dalam (Sarwono, 2022) bahwa segala bentuk praktik yang menilai diri perempuan hanya sekedar jadi 'seenggok daging' merupakan bentuk eksploitasi seksual. Hal ini masih sejalan dengan pembahasan di poin sebelumnya, yang menunjukkan sosial terutama laki-laki hanya menilai diri perempuan sebatas tampilan fisiknya saja. Praktik pelecehan seksual pada tubuh perempuan terpampang sangat jelas di dalam akun @unpad.geulis dan @ugmcantik. Penulis menemukan ada cukup banyak komentar di unggahan foto pada kedua akun tersebut yang mengarah pada bentuk pelecehan, di antaranya yaitu

"jadi pengen bercocok tanam"

"gurih ini mah"

Tipe komentar seperti ini muncul cukup banyak di kolom komentar yang di postingan yang ada pada akun @unpadgeulis maupun @ugmcantik. Tipe komentar tersebut merupakan komentar yang menjadikan perempuan tidak lebih dari sebuah objek. Penggunaan istilah bening, gurih dan lain sebagainya yang tidak semestinya ditujukan kepada manusia digunakan oleh warganet. Pelabelan tertentu yang mengarahkan perempuan sebagai sebuah objek menunjukkan bagaimana posisi perempuan sebagai pihak yang lemah dan didominasi. Seperti disampaikan oleh (Mills, 2004) bahwa pernyataan dan keyakinan yang membuat perbedaan yang tidak perlu bahkan melakukan diskriminasi kepada perempuan akan sangat mustahil untuk bisa dihentikan bahkan justru hanya akan membuat perempuan selalu berada di posisi yang lemah (inferior). Tubuh perempuan dilabeli dengan istilah bening, gurih dan sejenisnya menjadikan perempuan dianggap sebagai sosok yang bisa menyenangkan dan memuaskan laki-laki. Tidak bisa dipastikan dengan jelas akun yang memberi komentar tersebut apakah laki-laki atau perempuan namun baik laki-laki atau perempuan yang mengomentari sama-sama merugikan bagi perempuan. Bahkan perempuan sekalipun juga ikut meyakini bahwa mereka adalah sebuah objek yang memang 'seharusnya dilihat'. Hal serupa disampaikan di dalam (Fredrickson & Roberts, 1997) bahwa objektifikasi yang dilakukan pada tubuh perempuan ini pada akhirnya akan melanggengkan kepercayaan bahwa tubuh mereka bukanlah sepenuhnya milik mereka dan merupakan kepemilikan beberapa laki-laki dan parahnya dampak dari objektifikasi pada tubuh perempuan ini adalah membuat para perempuan justru mengobjektifikasi diri mereka sendiri yang membuat mereka ingin dilihat dan dinilai berdasarkan penampilan dan bagaimana tubuh mereka ditunjukkan.

Kata dan kalimat lain yang muncul di kolom komentar postingan yang ada pada akun @unpadgeulis maupun @ugmcantik yang mengarah pada bentuk objektifikasi tubuh perempuan adalah komentar

“berapa?”

“pink gak?”

“menggoda iman”

“boleh ni”

Komentar yang mengungkapkan ‘berapa’ jelas menunjukkan praktik objektifikasi dan pelecehan pada tubuh perempuan. Jika merujuk pada KBBI kata berapa tersebut merujuk pada pertanyaan untuk nominal tertentu yang harus dibayarkan. Hal ini berarti pertanyaan berapa pada komentar tersebut berarti bahwa perempuan yang fotonya diunggah pada akun universitas cantik tersebut bisa dihargai dengan nominal tertentu. Hal ini menggambarkan bagaimana tubuh perempuan adalah sesuatu yang bisa dengan mudah diperjual-belikan, dipertukarkan dengan sejumlah uang dan tentu saja untuk memenuhi kebutuhan dan kesenangan laki-laki. Kembali melihat pada teori yang dicetuskan oleh (Beauvoir, 2010) yang menyatakan bahwa sudah sejak kecil perempuan menerima ajaran untuk memperlakukan diri mereka seperti bonka yaitu sebuah objek yang pasif yang tubuhnya selalu didikte oleh lingkungan di luar diri mereka.

Komentar lain adalah pertanyaan *“pink gak?”* dan *“boleh ni”* bentuk-bentuk komentar yang secara jelas menjadikan perempuan tidak lebih dari sebuah objek. Komentar-komentar tersebut secara jelas mengarah pada bagian-bagian tubuh perempuan yang dianggap bisa memuaskan pandangan laki-laki. Komentar *“pink gak?”* misalnya, meski tidak secara spesifik disampaikan, akan tetapi komentar ini jelas menanyakan bagian tertentu dari tubuh perempuan yang ada difoto yang dalam konteks ini mengarah pada bentuk pelecehan terhadap perempuan. Munculnya pertanyaan tersebut juga menjadi bukti bahwa laki-laki berusaha menunjukkan dominasi mereka atas tubuh perempuan dengan mengidentikan bagian tertentu dari tubuh perempuan haruslah berwarna *pink*.

Selanjutnya adalah komentar *“menggoda iman”* dan *“kating memang menggoda”*. Penggunaan kata menggoda pada komentar tersebut jelas merendahkan seorang perempuan serta merupakan bentuk diskriminasi gender pada perempuan. Jika merujuk pada KBBI, menggoda sendiri memiliki arti mengajak (menarik-narik hati) supaya berbuat dosa atau berbuat jahat. Maka komentar itu memberikan makna bahwa perempuan dipandang sebagai seseorang yang bisa mengajak orang lain untuk melakukan dosa/perbuatan jahat. Selain itu, komentar tersebut juga didasarkan pada asumsi yang salah bahwa perempuan adalah objek seksual yang harus ditaklukan oleh laki-laki. Komentar tersebut juga membuktikan stereotip bahwa perempuan harus bertanggung jawab atas perilaku seksual laki-laki, dimana mereka harus berlaku baik seperti berpakaian yang sopan agar tidak ‘menggoda’ laki-laki atau siapapun yang melihatnya. Pelabelan perempuan adalah pihak yang ‘menggoda’ ini tidak lebih dari objektifikasi seksual. Sehingga dampak lebih jauh yang bisa saja terjadi adalah apabila perempuan mengalami pelecehan/kekerasan seksual maka pihak pertama yang akan disalahkan adalah diri mereka sendiri, apakah perempuan tersebut berpakaian seksi atau apakah perempuan itu pulang malam dan lain sebagainya.

Contoh komentar yang berbau pelecehan juga ada “*kaya gak pake bh bund wkwk*” dan “*Busanya gak nguatin*”. Kedua komentar ini jelas mengarah pada salah satu bagian tubuh perempuan yang fotonya diunggah di akun universitas cantik. Komentar yang menyatakan seperti tidak menggunakan *BH* misalnya, merujuk pada (Andryanto, 2021) *BH* sendiri merupakan singkatan dari *Bustle Houder* yang berasal dari bahasa Belanda dengan arti penyangga payudara. Maka komentar yang menyebutkan seolah perempuan yang ada di foto seperti tidak menggunakan *BH* ini menunjukkan bahwa melalui unggahan di akun universitas cantik, sangat tidak menutup kemungkinan menjadi ruang bagi para laki-laki untuk menjadikan foto perempuan tersebut sebagai objek pemuas seksual. Perempuan dipertontonkan dan secara bebas bisa dinikmati tubuhnya melalui unggahan-unggahan yang ada. Hal ini sejalan dengan hasil temuan (Sarwono, 2022) yang melakukan penelitian pada akun universitas cantik @uicantikid dan menemukan bahwa terdapat salah satu responden yang mengaku menggunakan foto yang ada di salah satu unggahan @uicantikid sebagai bahan pemuas kebutuhan seksualnya. Lebih jauh (Sarwono, 2022) menyimpulkan dari hasil komentar yang mereka analisis, ditemukan praktik konstruksi seksualitas perempuan sebagai sebuah aset yang dapat diakses secara gratis, acak dan semena-mena.

4. Konstruksi Cantik: Penjara Terhadap Tubuh Perempuan

Bicara tentang tubuh perempuan, maka tidak bisa jauh dari proses konstruksi. Lingkungan sosial adalah salah satu yang ikut mengatur bagaimana tubuh perempuan semestinya ditampilkan. Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh (Thornham, 2010) bahwa tubuh itu dikaji bukan sebagai struktur biologis, melainkan sebagai struktur pengalaman. Maka sebagai struktur pengalaman, makna fungsi dan idealis seseorang atas tubuhnya menjadi konsep yang sifatnya tidak tetap atau dapat berubah-ubah antar ruang dan waktu, serta ditentukan bukan hanya secara individual melainkan juga secara visual. Kriteria yang secara sosial dikondisikan sebagai tolak ukur atau acuan idealis atas tubuh akan turut memengaruhi bagaimana individu di dalamnya melakukan penilaian dan pemaknaan terhadap tubuhnya, di mana di sini perempuan dikondisikan untuk berada pada posisi pasif. Pihak di luar perempuan itulah yang justru menentukan bagaimana perempuan seharusnya memaknai dan memperlakukan tubuhnya.

Berbagai macam komentar yang merujuk ke arah cantik membanjiri setiap unggahan yang ada di akun-akun universitas cantik, baik itu disampaikan oleh laki-laki maupun oleh perempuan. Salah satu teori mengenai standar kecantikan dicetuskan oleh seorang tokoh asal Amerika Serikat bernama Naomi Wolf yang biasa dikenal dengan *Beauty Myth* atau mitos kecantikan. Wolf melihat bahwa masyarakat dan lingkungan membentuk sebuah standar pada tubuh seorang perempuan untuk bisa dianggap ‘ideal’ atau ‘tidak ideal’ berdasarkan beberapa hal seperti faktor sosial, ekonomi, ekologi ataupun budaya. Komentar-komentar cantik pada foto-foto di akun universitas cantik ini menunjukkan bagaimana masyarakat atau sosial akan selalu berusaha menciptakan standar ‘ideal’ versi mereka mengenai tubuh perempuan dan dalam hal ini akun universitas cantik sebagai media turut serta dalam pelanggaran hal tersebut.

Komentar-komentar yang selain menunjukkan objektifikasi pada perempuan tetapi juga merujuk pada konstruksi cantik terhadap tubuh perempuan adalah

“Malaikat apa gimana ya ini buset”

“Blasteran surga”

“Spek khayangan”

“Ini boneka ga si”

“masha Allah barbie”

Komentar tersebut menggambarkan bagaimana kecantikan perempuan dianggap sebagai hal yang paling penting dan membenarkan perempuan pada konstruksi cantik yang sempit dan tidak realistis. Media dalam hal ini memiliki peranan yang sangat besar untuk kemudian melanggengkan stereotip cantik yang diciptakan oleh sosial. Dalam hal ini misalnya akun-akun universitas cantik sebagai sebuah media bukan hanya menyediakan ruang untuk menunjukkan foto perempuan yang mereka anggap cantik namun juga menjadi tempat bagi para khalayak untuk semakin memperkuat stereotip cantik yang sudah dibentuk melalui komentar-komentar yang bisa dengan mudah dan bebas dilontarkan. Komentar seperti di atas semakin mempertahankan stereotip tubuh yang ‘ideal’ bagi perempuan yang pada akhirnya menjadikan perempuan sendiri juga ikut meyakini dan menyetujui hal tersebut. Sejalan dengan yang disampaikan oleh (Beauvoir, 2010) bahwa bagi perempuan tubuhnya sendiri bisa menjadi sumber ketakutan dan rasa malu, akibat dari berbagai macam stigma dan standar yang diciptakan oleh masyarakat membuat perempuan pada akhirnya berpikir bahwa tubuh mereka haruslah indah dan enak untuk dipandang. Perempuan pada akhirnya merasakan tuntutan akibat dari konstruksi cantik ini yang membuat mereka harus memenuhi standar tersebut agar bisa dianggap ‘ideal’ oleh lingkungannya.

Hal ini terbukti dari salah satu komentar yang muncul yakni pada foto yang diunggah di akun universitas cantik yaitu

“As always yg putih pasti cantik”

“itu kulit apa bihun? bening banget”

Kedua komentar tersebut sama-sama menunjukan warna kulit putih menjadi warna kulit yang ideal dan bagus bagi perempuan. Bahkan pada komentar itu juga menjelaskan bahwa perempuan yang memiliki kulit putih sudah pasti adalah seorang yang cantik. Hal demikian secara jelas juga dibahas oleh Wolf sebagai pencetus teori Mitos Kecantikan yang mengatakan bahwa salah satu standar cantik bagi perempuan adalah memiliki kulit berwarna putih. Pelabelan perempuan berkulit putih pasti adalah perempuan cantik tentu menjadi tekanan bagi para perempuan untuk terus menjadikan tubuh mereka sesuai standar agar dipandang cantik dan membuat mereka kehilangan otoritas atas tubuh mereka sendiri. Pelabelan seperti inilah yang menunjukkan bagaimana sosial melihat perempuan hanya sebatas dari fisik mereka semata dan melupakan hal lain yang ada pada diri perempuan seperti potensi dan kualitas diri mereka. Sehingga bukan hanya laki-laki, tidak menutup kemungkinan perempuan sendiri juga hanya akan selalu fokus pada penampilan semata karena merasa hanya penampilan yang dinilai oleh orang sekitarnya. Hal ini didukung dengan pendapat (Mochtar, 2009) yang mengatakan bahwa tubuh perempuan selalu ada dalam tarikan regulasi beberapa

idiologi. Dalam budaya konsumen, penanda-penanda feminitas makin ditekankan pada tubuh perempuan sehingga feminitas identik dengan tubuh yang bersolek. Tubuh bersolek Berjaya dalam ruang publik karena di sinilah tubuh dipamerkan untuk dipandang dan memandang tubuh lain dalam sebuah arena kontestasi. Seperti pada akun-akun universitas cantik ibarat sebuah panggung kontestasi yang saling memamerkan banyak foto perempuan untuk terus berebut foto siapa nanti yang akan dianggap paling cantik, menarik perhatian, memiliki tubuh ‘ideal’, dilihat dari jumlah *likes* dan komentar-komentar yang pada tiap foto.

5. Perempuan dan Segala Amin Mereka pada Konstruksi Cantik

Postingan perempuan dalam akun mahasiswi cantik selain menerima ragam komentar dari laki-laki juga menerima komentar dari sesama perempuan. Komentar tersebut berisikan afirmasi terhadap mahasiswi yang fotonya berhasil masuk atau diunggah ke dalam akun mahasiswi cantik dan biasanya dilakukan oleh teman sendiri. Contoh dari dukungan tersebut dapat ditemui dengan bentuk sebagai berikut:

“AVV CAKEP BGT BESTIE”

“WAAA BESTIEE”

“Omaygad bestiee”

Komentar tersebut menunjukkan bahwa perempuan sendiri mampu memberikan afirmasi atau dukungan untuk membangun konstruksi cantik bagi perempuan lainnya sehingga pada akhirnya afirmasi tersebut dapat membantu dalam proses reproduksi wacana kecantikan yang menindas dan definisi perempuan cantik akan tetap mengacu kepada batasan-batasan kecantikan perempuan yang biasa untuk ditemui di masyarakat (Andreas, 2019). Berawal dari mengetahui hingga turut memberikan afirmasi kepada teman perempuan yang fotonya masuk ke dalam akun mahasiswi cantik mampu menjadikan kehadiran akun mahasiswi cantik sebagai suatu pencapaian bagi sesama perempuan dimana siapapun yang fotonya berhasil masuk merupakan sebuah hal dengan kebanggaan tertentu bagi orang yang mengalaminya, ditambah dengan masuknya foto perempuan ke dalam akun mahasiswi cantik memungkinkan mereka untuk mendapatkan banyak sorotan seperti memperoleh banyak pengikut baru di Instagram maupun menerima *direct message* dari orang lain (Yanti & Bajari, 2020). Namun, hal tersebut juga berpotensi mendorong perempuan untuk menerima serta mengikuti standar kecantikan yang pada akhirnya membuat mereka melakukan usaha untuk memenuhi standar tersebut seperti apa yang dikatakan oleh Murwani dalam (Andreas, 2019) bahwa perempuan akan selalu berusaha untuk menyesuaikan bentuk tubuh mereka seperti apa yang dikatakan oleh sosial dan budaya masyarakat mengenai konsep kecantikan itu sendiri.

Dari sini kita bisa melihat bahwa ternyata kesetujuan pada konstruksi cantik terhadap tubuh perempuan tidak hanya dilakukan oleh laki-laki namun juga oleh perempuan itu sendiri. Perempuan sepakat dengan standar cantik yang dalam hal ini diciptakan oleh kedua akun universitas cantik itu. Kebanggaan mereka melihat foto teman mereka diunggah di dalam akun universitas cantik seolah sebagai sebuah prestasi. Hal inilah yang justru membuat tubuh perempuan semakin terpenjara dengan standar cantik yang dibentuk oleh sosial yang sebenarnya sangatlah tidak realistis dan mendiskriminasi. Perempuan pada akhirnya ikut

sepakat dan mengamini standar cantik tersebut. Bukannya melakukan penolakan, mereka justru bangga dan senang akan hadirnya akun-akun universitas cantik.

6. Diskriminasi Terhadap Perempuan

Lebih dari itu penciptaan standar cantik ini pada akhirnya dapat menciptakan rasa tidak percaya diri dan ketidakpuasan pada perempuan lain yang merasa diri mereka tidak sesuai dengan ‘standar’ yang telah diciptakan oleh masyarakat. Sejalan dengan yang disampaikan oleh (Grogan, 2008) bahwa ada pihak-pihak yang dirugikan dengan standar tubuh yang ideal ini, di antaranya adalah orang-orang yang tidak dapat memenuhi standar ideal yang diciptakan oleh sosial. Dikatakan Grogan bahwa beberapa kelompok masyarakat yang dianggap tidak bertubuh ‘ideal’ ini cenderung mengalami kerugian besar secara sosial. Hal ini bisa kita lihat pada salah satu komentar yang muncul di akun @unpad.geulis yang berisi

“Macem gada unpad cantik yang lain aja”
“B aja”

Komentar tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sudah memiliki standar tertentu yang dianggap ‘cantik’ dan pantas untuk diunggah di akun universitas cantik. Mereka menganggap bahwa orang-orang yang tidak memenuhi standar cantik tersebut maka mestinya tidak perlu diunggah fotonya dan lebih baik untuk mencari foto lain yang lebih bisa memenuhi standar ideal tersebut. Komentar *“Macem gada unpad cantik yang lain aja”* misalnya, adalah komentar yang secara frontal menyampaikan ketidaksetujuannya pada perempuan yang fotonya diunggah di akun @unpad.geulis. Komentar ini memberikan makna bahwa sosial punya control yang kuat untuk bisa mengatur perempuan seperti apa yang dianggap layak untuk fotonya diunggah di akun universitas cantik. Lalu terdapat juga komentar *“B aja”* istilah ‘B aja’ ini sendiri sudah cukup populer di kalangan anak muda untuk menjelaskan makna biasa saja atau tidak ada sesuatu yang istimewa. Komentar ini juga sebagai bentuk ketidaksetujuan publik pada pilihan admin dalam mengunggah foto perempuan karena dianggap tidak memiliki keistimewaan atau tidak dianggap cantik.

Hal-hal semacam inilah yang kemudian bisa menimbulkan rasa tidak percaya diri pada perempuan yang bahkan dampak lebih jauhnya seperti di katakan oleh (Wolf, 2004) yang menjelaskan beberapa kerugian yang dialami perempuan, yaitu pelecehan, stigmatisasi, marginalisasi, dan diskriminasi. Sebagian besar korbannya adalah para perempuan. Hal ini membuktikan dominasi budaya patriarki, di mana perempuan dituntut memiliki tubuh sesuai dengan standar yang diciptakan oleh media yang mana media sendiri cenderung menggunakan cara pandang mata laki-laki. Praktik demikian tentu menjadi jalan untuk melakukan diskriminasi terhadap perempuan yang dianggap tidak memenuhi kriteria cantik yang telah dikonstruksi sosial. Hal tersebut juga sejalan dengan yang dipaparkan oleh (Wolf, 2004) mengenai perempuan yang banyak mengalami diskriminasi hanya karena masalah kecantikan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis pada komentar dan foto yang diunggah pada akun universitas cantik @ugmcantik dan @unpad.geulis yang mana setiap komentar telah peneliti

bagi menjadi enam kategori komentar yaitu komentar objektifikasi pada tubuh perempuan, pemberian label tertentu pada tubuh perempuan, komentar yang mengarah pada pelecehan terhadap perempuan, konstruksi cantik pada perempuan, dukungan pada praktik konstruksi cantik serta komentar yang mendiskriminasi kelompok perempuan tertentu, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hadirnya akun universitas cantik ini tidak lebih hanya sebagai wadah yang turut melanggengkan kegiatan objektifikasi dan konstruksi cantik pada tubuh perempuan. Kehadiran akun universitas cantik ini justru semakin memelihara stereotip masyarakat mengenai bagaimana tubuh perempuan semestinya ditampilkan. Mulai dari tipe-tipe foto yang dipilih untuk diunggah di kedua akun tersebut rata-rata memiliki ciri-ciri yang sama sesuai dengan yang ada pada teori Mitos Kecantikan milik Naomi Wolf yaitu berkulit putih, bertubuh ramping/langsing. Hal ini yang kemudian memunculkan stigma-stigma dari para pengikut akun tersebut mengenai definisi cantik. Terlihat pada komentar yang memenuhi di tiap foto adalah mengenai bagaimana seharusnya tubuh, warna kulit yang ideal bagi perempuan agar bisa dikategorikan 'cantik'. Bukan hanya laki-laki, perempuan sendiri juga ikut sepakata dengan standar cantik yang diciptakan oleh kedua akun tersebut. Ada sebuah kebanggaan di diri perempuan ketika melihat foto teman mereka berhasil diunggah di akun universitas cantik.

Lebih dari itu, komentar yang hadir pada foto-foto di akun @ugmcantik dan @unpad.geulis ini juga tidak sedikit yang mengarah pada praktik objektifikasi yang melihat perempuan tidak lebih dari sekadar objek visual dan ada juga komentar yang merujuk pada bentuk pelecehan seksual kepada perempuan. Dari akun-akun yang memenuhi komentar, peneliti mengobservasi komentar yang mengarah pada bentuk objektifikasi ini banyak dilontarkan oleh akun-akun dengan jenis kelamin laki-laki hal ini menunjukkan bagaimana pada akun @ugmcantik dan @unpad.geulis laki-laki masih lebih mendominasi daripada perempuan, foto perempuan dipertontonkan dan dikomentari sebebas-bebasnya oleh laki-laki membuktikan bahwa perempuan hanyalah sebuah objek pasif dan laki-laki ada subjek yang secara aktif bisa mengatur bagaimana seharusnya tubuh perempuan ditampilkan. Tidak ada perbedaan yang signifikan di antara kedua akun, mulai dari foto-foto yang diunggah sampai dengan jenis komentar yang memenuhi unggahan, kedua akun ini memiliki konten yang sejenis. Maka kehadiran dari akun universitas cantik seperti @ugmcantik dan @unpad.geulis ini hanya semakin melanggengkan stigma dan stereotip yang memenjarakan tubuh perempuan. Praktik objektifikasi dan konstruksi cantik pada tubuh perempuan yang terjadi di kedua akun universitas cantik ini menjadi bukti sejak dulu hingga kini tubuh perempuan masih terjajah oleh stigma dan standar yang diciptakan lingkungan sosial. Kehadiran media baru khususnya media sosial justru menjadi ruang yang tidak aman dan tidak bebas bagi perempuan untuk mengekspresikan diri mereka, sebab di media baru ini ternyata perempuan masih dianggap tidak lebih sebagai sebuah objek yang pasif.

Maka setelah melihat pemaparan tersebut, menjadi penting bagi kita terutama perempuan untuk bisa lebih kritis dan berani dalam mendobrak praktik objektifikasi dan konstruksi cantik yang selama ini membatasi ruang gerak perempuan. Penting bagi perempuan untuk bisa melihat dan memahami dirinya secara utuh agar tidak dianggap sebagai objek pasif semata yang seringkali dinilai hanya berdasarkan tampilan fisik saja. Kehadiran akun-akun

universitas cantik ini juga sudah semestinya mulai kita abaikan atau tinggalkan dan jangan diberi dukungan dalam bentuk apapun. Para pengguna media sosial khususnya pegikut akun-akun universitas cantik inipun sebaiknya lebih bijak dalam menyampaikan komentar mereka, sebab masih banyak ditemukan komentar-komentar yang mengarah pada praktik pelecehan terhadap perempuan dan hal itu termasuk ke dalam bentuk kejahatan.

REFERENSI

- An Nur, F., Audyana, A., & Gurniawati, R. (2020). Ketidakadilan Gender Pada Acara Tv Sinema Indosiar: Telaah Perspektif Strukturasi Giddens. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(1). <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.109>
- Andreas, R. (2019, December 18). *Konstruksi Kecantikan dalam Akun Instagram @ugmcantik*. Gadjah Mada University Repository.
- Andryanto, D. (2021, October 14). *Asal-usul Penyebutan BH di Indonesia dan Bra di Dunia*. Tempo.Co.
- Beauvoir, S. (2010). *The Second Sex*. Vintage Books.
- Christianti, O. N. (2013). Konstruksi “Perempuan Cantik” di Kalangan Siswi Sman 1 Soko Mojokerto. *Paradigma*, 1, 1–7.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women’s Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Grogan, S. (2008). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, and Children*. Routledge.
- Hermawan, H., & Hamzah, R. E. (2017). Objektifikasi Perempuan dalam Iklan Televisi : Analisis Lintas Budaya terhadap Iklan Parfum Axe yang Tayang di Televisi Indonesia dan Amerika Serikat. *Jurnal Kajian Media*, 1(2). <https://doi.org/10.25139/jkm.v1i2.721>
- Karolus, M. L. (2016, May 3). *Mitos dan Komersialisasi Kecantikan: Kajian Pemikiran Naomi Wolf*. Jurnal Perempuan.
- Mills, S. (2004). *Discourse*. Routledge.
- Monteiro, O. (2018, April 23). *Tubuh perempuan dan kesadaran sosial*. Alinea.Id.
- Mulvey, L. (1989). *Visual and Other Pleasure*. Palgrave.
- Murphy, J., Link, M. W., Childs, J. H., Tesfaye, C. L., Dean, E., Stern, M., Pasek, J., Cohen, J., Callegaro, M., & Harwood, P. (2014). Social Media in Public Opinion Research: Executive Summary of the Aapor Task Force on Emerging Technologies in Public Opinion Research. *Public Opinion Quarterly*, 78(4), 788–794. <https://doi.org/10.1093/poq/nfu053>
- Saraswati, A. (2017). *PUTIH: Warna Kulit, Ras, dan Kecantikan di Indonesia Transnasional*. Marjin Kiri.

- Sarwono, B. (2022, August 8). *Akun “Kampus Cantik” Masih Laris, Obyektifikasi Perempuan Marak di Dunia Pendidikan*. Vice.Com.
- Smelik, A. (2016). Gaze. In *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies* (pp. 1–2). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss157>
- Sutisna, C. O., Krisdinanto, N., & Fiesta, B. R. S. (2022). Gender Taboo di Media Sosial: Analisis Penerimaan terhadap ‘Perlawanan’ Danilla Riyadi di Instagram dan Youtube. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.404>
- Syifa, S. N. ; H. N. (2022). Objektifikasi Tubuh Perempuan Sebagai Akar Kekerasan Seksual (Studi Pemikiran Michel Foucault). *Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 7, 288–317.
- Thornham, S. (2010). *Teori Feminis Dan Cultural Studies: Tentang Relasi Yang Belum terselesaikan* (6874). Jalasutra.
- Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan* (H. Mustofa, Ed.). Niagara.
- Yanti, V. S., & Bajari, A. (2020). Konstruksi Cantik Dalam Akun Instagram. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 55. <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.55-68.2019>